

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Басий Раиса Васильевна  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 01.04.2026 15:47:24  
Уникальный программный ключ:  
1f1f00dcee08ce5fee9b1af247120f3bdc9e28f8

**МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«~~Донецкий~~ государственный медицинский университет имени М. Горького»  
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра управления, экономики фармации, фармакогнозии и фармацевтической  
технологии

«Утверждено»  
на заседании кафедры  
«28» августа 2025 г.  
протокол № 1  
заведующий кафедрой  
к.фарм.н. Ю.Е.Новицкая

Фонд оценочных средств по дисциплине

**Б.1В.ОДЗ. МЕНЕДЖМЕНТ В ФАРМАЦИИ**

Специальность ординатуры

33.08.02 Управление и экономика

Донецк 2025

**ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

	<b>Дата и номер протокола утверждения*</b>	<b>Раздел ФОС</b>	<b>Основание актуализации</b>	<b>Должность, ФИО, подпись, ответственного за актуализацию</b>

## Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

### МЕНЕДЖМЕНТ В ФАРМАЦИИ

Код и наименование компетенции	Код контролируемого индикатора достижения компетенции	Задания	
		Тестовые задания	Ситуационные задания
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>			
УК-2. Готовность к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	УК-2.1. Знает основы проектного менеджмента и международные стандарты управления проектом.	Т1 УК 2.1. Т2 УК 2.1.	С1 УК 2.1.
	УК-2.2. Умеет определять проблемное поле проекта и возможные риски с целью разработки превентивных мер по их минимизации.	Т3 УК 2.2. Т4 ПК 2.2.	С2 УК 2.2.
	УК-2.3. Владеть методами осуществления мониторинга и контроля в области фармации.	Т5 УК 2.3. Т6 ПК 2.3.	С3 УК 2.3.

Оценивание результатов текущей успеваемости, промежуточной аттестации, экзамена и выставление оценок за дисциплину проводится в соответствии с действующей Инструкцией об оценивании учебной деятельности ординаторов ФГБОУ ВО ДонГМУ Минздрава России

## Образцы оценочных средств

### Тестовые задания

**Т1 УК 2.1. ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ЯВЛЯЕТСЯ:**

- А. \*Объект управления
- Б. Группа людей
- В. Субъект управления
- Г. Сегмент рынка

**Т2 УК 2.1. К ВНУТРЕННИМ ФАКТОРАМ ОРГАНИЗАЦИИ ОТНОСЯТСЯ:**

- А. Составляющие экономики
- Б. \*Цели, задачи
- В. Государственные органы
- Г. Инфраструктура, конкуренция

**Т3 УК 2.2. ФАКТОР ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЙ ВЛИЯНИЕ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ НАЗЫВАЕТСЯ**

- А. Технологический Б.
- Потребительский В.
- \*Социокультурный Г.
- Экономический

**Т4 УК 2.2. ВИД КОММУНИКАЦИЙ МЕЖДУ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ И ОТДЕЛАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ НАЗЫВАЮТСЯ:**

- А. Межуровневые Б.
- \*Горизонтальные В.
- Неформальные Г.
- Внешние

**Т5 УК 2.3. КОНФЛИКТОМ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ ЯВЛЯЕТСЯ:**

- А. \*Противоборство суждений
- Б. Борьба мнений
- В. Спор, дискуссия
- Г. Соперничество, конкуренция

**Т6 ПК 2.3. САМЫМ РАСПРОСТРАНЕННЫМ ТИПОМ КОНФЛИКТА ЯВЛЯЕТСЯ:**

- А. Корпоративный
- Б. Внутриличностный
- В. \*Межличностный
- Г. Групповой

**Во всех тестовых заданиях правильный ответ отмечен звездочкой (\*)**

### Ситуационные задания

**С1 УК 2.1.** Аптечной организацией был заключен договор на поставку шприцев медицинских инъекционных одноразовых 2,0 мл. При приемке в одной из транспортных упаковок было обнаружено недовложение товара в количестве 15 шприцев. Директор аптечной организации оперативно известил поставщика об обнаруженной недостатке и заявил претензию по поставке.

### Вопросы:

1. Какой вид контроля в аптечной организации призван предупредить поступление в аптеку товаров ненадлежащего качества?
2. Каковы условия хранения шприцев медицинских в аптечной организации?

### Эталоны ответов:

1. Приёмочный контроль.
2. Хранение шприцев медицинских инъекционных предусматривает соблюдение следующих условий:
  - размещение в вентилируемом тёмном помещении, на расстоянии не менее 1 м от отопительных систем;
  - отсутствие в помещении открытого огня, паров летучих веществ;

**С2 УК 2.2.** При анализе оптово-розничной компанией "Оптима-Фарм" показателей реализации лекарственного препарата "Ксеникал" наблюдается расширение рынка, абсолютный рост запасов препарата у производителя, снижение темпов роста продаж, интенсивная конкуренция.

### Вопросы:

1. Понятие жизненного цикла товара (ЖЦТ), его этапы и виды.
2. Значение ЖЦТ в формировании товарной политики фармацевтической фирмы.

### Эталоны ответов:

1. Жизненный цикл товара-период времени, в течении которого товар существует на рынке, начиная с момента его выхода на рынок, до ухода из него. Существует кривая жизненного цикла.

Этапы:

1. Фаза выведения товара на рынок, роста товара
  2. Быстрый рост, объем продаж, прибыль возрастает).
  3. Зрелость (прибыль стабилизируется, объем продаж значительный).
  4. Упадок (уход товара с рынка).
2. Каждая фаза имеет свои особенности. Понимание различия этапов жизненного цикла товара помогает компании улучшить эффективность и конкурентоспособность своих продуктов.

**С3 УК 2.3.** Фирма, выпускающая лекарственные средства, подала заявку на участие в выставке. Сумма средств, выделенная на весь комплекс маркетинговых коммуникаций, составила 280 тыс.руб.. Из них 12% фирма выделила на участие в выставке, которые были распределены следующим образом: 18% составили расходы на арендную плату, 45% - на монтаж экспозиции, 7% - на демонтаж экспозиции, 9% - расходы на рекламоносители, 21% - представительские расходы.

### Вопросы:

1. Рассчитать бюджет на участие в выставке данной фирмы;
2. Произвести расчет затрат на: аренду, монтаж, на рекламу, на представительские расходы.

### Эталоны ответов:

1. Бюджет на участие: сумма на участие в выставке:  
 $280 \text{ тыс.руб.} \times 0,12 = 33,633,6 \text{ тыс.руб.}$   
На аренду:  $33,6 \times 0,18 = 6,05 \text{ тыс.руб.}$   
На монтаж:  $33,6 \times 0,45 = 16,4 \text{ руб.}$   
На рекламу:  $33,6 \times 0,09 = 3,02 \text{ тыс.руб.}$   
На представительские расходы:  $33,6 \times 0,21 = 7,05 \text{ тыс.руб.}$   
На демонтаж:  $33,6 \times 0,07 = 2,35 \text{ тыс.руб.}$

2. Планирование рекламного бюджета осуществляется с учетом применения методов: метода задач, метода вычисления процента товарооборота, в соответствии с затратами конкурентов.